



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Máster

ACTIVIDADES ONLINE MOTIVADORAS

Motivating Online Activities

Autor

Blanca Alcalá Brumos

Director

Regina Escario Latas

FACULTAD DE EDUCACIÓN

2020

## **1. ÍNDICE**

<b>Resumen .....</b>	<b>2</b>
<b>Experiencia Universitaria .....</b>	<b>3 – 8</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>9 - 10</b>
<b>Actividades .....</b>	<b>11 – 25</b>
<b>Reflexión .....</b>	<b>26 – 27</b>
<b>Conclusión y Propuestas de Futuro .....</b>	<b>28</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>29</b>

## **2. RESUMEN**

La situación que hemos vivido durante varios meses a lo largo de este año, es decir, el estado de alarma, obligó a modificar de manera inmediata y sin previo aviso las metodologías utilizadas para impartir docencia, viéndose todo el profesorado obligado a impartir docencia de manera telemática.

En el siguiente dossier se presentarán diferentes actividades correspondientes a la asignatura de Fundamentos de Administración y Gestión que se imparte en Segundo de Bachillerato, siendo la misma de carácter optativo.

Se abordarán actividades a desarrollar de manera telemática/on-line, siendo el groso de la cuestión.

Se trata de actividades con las que aumentar el rendimiento y despertar tanto el interés como la motivación por parte de los alumnos por la materia, a pesar de tratarse de actividades a realizar de manera no presencial.

Por último, sería conveniente hacer un análisis con años anteriores para comprobar cómo una docencia adaptada a las nuevas tecnologías, utilizando nuevos modelos de metodologías puede ser igual de eficiente que las metodologías tradicionales, o presenciales.

### 3. EXPERIENCIA UNIVERSITARIA

Mis estudios universitarios comenzaron con la Diplomatura en Empresariales, una vez finalizada, decidí acceder a la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, ya que, si no me quedaría por debajo de las generaciones siguientes que accediesen al mercado laboral, debido a que, en ese momento, nos encontrábamos en un periodo de cambios en la educación, dando paso al plan Bolonia, donde las carreras universitarias pasaban a ser de cuatro años.

Una vez finalizadas ambas titulaciones, he disfrutado de diferentes trabajos relacionados con las carreras, he estado varios años trabajando en el sector financiero, y varios en logística.

La realización de estos trabajos me ha dado un enfoque muy práctico de los conocimientos aprendidos en el transcurso de la carrera. En ambos sectores he tenido la oportunidad de impartir varios cursos de formación tanto a compañeros actuales como a nuevas incorporaciones, aquí fue donde descubrí la vocación que actualmente tengo por el mundo de la docencia y la enseñanza y el motivo por el que decidí comenzar el Máster de Profesorado.

Desde el inicio del Máster, donde los contenidos han ido de un contexto más general, enfocados al entendimiento y comprensión del mundo académico (normativas, legislación, programaciones...) desde el punto de vista como docentes, a contenidos más específico de la materia de economía, se nos ha transmitido la importancia y necesidad de un cambio en el sistema educativo, un cambio que otorgue al alumno un papel mucho más activo dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje, a realizar mediante la aplicación de las denominadas “metodologías activas”.

Este cambio metodológico también se encuentra reflejado en el marco legislativo que reglamenta el sistema educativo, LOMCE (2013), mediante la siguiente afirmación; “Necesitamos propiciar las condiciones que permitan el oportuno cambio metodológico, de forma que el alumnado sea un elemento activo en el proceso de aprendizaje. Los alumnos y alumnas actuales han cambiado radicalmente en relación con los de hace una generación. La globalización y el impacto de las nuevas tecnologías hacen que sea distinta su manera de aprender, de comunicarse, de concentrar su atención o de abordar una tarea.” El Máster Universitario en Profesorado tiene como objetivo principal otorgar a los futuros docentes las herramientas necesarias para poder desempeñar su futura labor como profesores de sus respectivas especialidades.

Los objetivos de aprendizaje que se persiguen conseguir al cursar este Máster vienen recogidos en la Orden ECI 3858/2007 de 27 de diciembre y son los siguientes:

Competencias que los estudiantes deben adquirir:

1. Conocer los contenidos curriculares de las materias relativas a la especialización docente correspondiente, así como el cuerpo de conocimientos didácticos en torno a los

procesos de enseñanza y aprendizaje respectivos. Para la formación profesional se incluirá el conocimiento de las respectivas profesiones.

2. Planificar, desarrollar y evaluar el proceso de enseñanza y aprendizaje potenciando procesos educativos que faciliten la adquisición de las competencias propias de las respectivas enseñanzas, atendiendo al nivel y formación previa de los estudiantes, así como la orientación de los mismos, tanto individualmente como en colaboración con otros docentes y profesionales del centro.

3. Buscar, obtener, procesar y comunicar información (oral, impresa, audiovisual, digital o multimedia), transformarla en conocimiento y aplicarla en los procesos de enseñanza y aprendizaje en las materias propias de la especialización cursada.

4. Concretar el currículo que se vaya a implantar en un centro docente participando en la planificación colectiva del mismo; desarrollar y aplicar metodologías didácticas tanto grupales como personalizadas, adaptadas a la diversidad de los estudiantes.

5. Diseñar y desarrollar espacios de aprendizaje con especial atención a la equidad, la educación emocional y en valores, la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, la formación ciudadana y el respeto de los derechos humanos que faciliten la vida en sociedad, la toma de decisiones y la construcción de un futuro sostenible.

6. Adquirir estrategias para estimular el esfuerzo del estudiante y promover su capacidad para aprender por sí mismo y con otros, y desarrollar habilidades de pensamiento y de decisión que faciliten la autonomía, la confianza e iniciativa personales.

7. Conocer los procesos de interacción y comunicación en el aula, dominar destrezas y habilidades sociales necesarias para fomentar el aprendizaje y la convivencia en el aula, y abordar problemas de disciplina y resolución de conflictos.

8. Diseñar y realizar actividades formales y no formales que contribuyan a hacer del centro un lugar de participación y cultura en el entorno donde esté ubicado; desarrollar las funciones de tutoría y de orientación de los estudiantes de manera colaborativa y coordinada; participar en la evaluación, investigación y la innovación de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

9. Conocer la normativa y organización institucional del sistema educativo y modelos de mejora de la calidad con aplicación a los centros de enseñanza.

10. Conocer y analizar las características históricas de la profesión docente, su situación actual, perspectivas e interrelación con la realidad social de cada época.

11. Informar y asesorar a las familias acerca del proceso de enseñanza y aprendizaje y sobre la orientación personal, académica y profesional de sus hijos.

Las distintas asignaturas cursadas en el máster y orientadas a la consecución de los objetivos, están divididas tanto por cuatrimestres como por tipología, por un lado, en el primer cuatrimestre estudiamos asignaturas comunes para todas las especialidades, mientras que en el segundo cuatrimestre las asignaturas estaban enfocadas a cada especialidad en concreto, siendo en este caso de Economía.

A continuación, vamos a realizar un breve análisis de cada una de ellas:

### Asignaturas 1º Cuatrimestre

#### **DISEÑO CURRICULAR E INSTRUCCIONAL DE CIENCIAS SOCIALES Y FILOSOFIA**

Dicha asignatura nos enseñó los diferentes tipos de metodologías, así como las teorías de enseñanza-aprendizaje, de este modo hemos podido comprobar la diferencia entre las metodologías activas y las tradicionales y sus modos de entender la enseñanza. Vimos la importancia de elegir una metodología correcta que nos permita conseguir los objetivos educativos propuestos.

#### **EDUCACIÓN EMOCIONAL DEL PROFESORADO (OPTATIVA)**

Esta asignatura me pareció muy importante, ya que nos enseñó a gestionar tanto nuestras emociones como poder entender el comportamiento de nuestros futuros alumnos, ya que se encuentran en una edad complicada como es la adolescencia, centrándose en aspectos como la ansiedad, el estrés, los sentimientos, viendo los procesos cognitivos de cada uno de ellos y poder entenderlos y gestionarlos de la mejor manera.

#### **PROCESOS Y CONTEXTOS EDUCATIVOS**

Procesos, fue la asignatura en la que conocimos la legislación referente a educación, viendo el marco legal general, de cada una de las programaciones de las asignaturas relacionadas con economía, para finalmente llevar a cabo una programación didáctica, sin entrar muy en detalle en cada una de las actividades.

En esta asignatura también abordamos el tema de la diversidad dentro del aula y su importancia a la hora de desarrollar las programaciones didácticas.

#### **PSICOLOGÍA DEL DESARROLLO Y LA EDUCACIÓN**

Dicha asignatura estuvo dividida en dos partes, por un lado, vimos la psicología del desarrollo, que se centra en el desarrollo cognitivo de cada uno de los alumnos, viendo

los cambios que se producen en la personalidad de los mismos a lo largo de los años, haciendo mayor hincapié en la etapa adolescente, y por otro lado, la psicología social, donde estudiamos a los alumnos de manera grupal, es decir, viendo los diferentes roles que pueden adoptar dentro del aula, así como la importancia de la tutorización de los alumnos.

## **SOCIEDAD, FAMILIA Y PROCESOS GRUPALES**

Como la anterior, estuvo dividida en dos partes. La primera, hacía referencia a aspectos del entorno y como pueden influir en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje dentro del aula, esta parte se denominaba Sociología, y la segunda, vimos aspectos relacionados con la comunicación, convivencia, diferentes tipos de relaciones y agrupaciones dentro del aula.

## **PRACTICUM I**

Mi Prácticum lo llevé a cabo en el CPIFP Bajo Aragón de Alcañiz, centro que comparte instalaciones con el I.E.S Bajo Aragón. Hasta hace diez años era un centro en su conjunto, pero desde entonces se separaron.

En este primer Prácticum nuestra labor era simplemente revisar y analizar los documentos oficiales del centro para familiarizarnos con ellos, pudiendo ver el PEC, la PGA, el PAT, el RRI, el PAD... es decir, todos los documentos sobre los que nos habían hablado en el Máster durante el transcurso del primer cuatrimestre, en este sentido sí que encontré alguna dificultad, ya que los documentos no se denominan de igual forma en un I.E.S que en un CPIFP.

Por suerte, mi tutora decidió que pudiese asistir a varias de sus clases para observar cómo se desarrollaban las sesiones en el aula de manera diaria.

Mi tutora era profesora en varios cursos: FP\_Básica, FP\_Medio, y FP\_Superior. Por ello, pude observar a los distintos grupos, y ver las diferencias entre ellos, no solamente la edad.

Lo que más llamó mi atención fue la diferencia en la motivación por aprender, ya que en cursos de obligatorio cumplimiento como es la FP\_Básica, casi la totalidad del alumnado carecía de la misma. Sin embargo, en cursos superiores, y por tanto elegido por parte del alumnado su motivación e interés, permitían un mejor desarrollo de las clases. Entrar en el aula para mí fue lo más importante de este periodo, es lo que verdaderamente me hizo ver el trabajo real de un profesor.

### Asignaturas 2º Cuatrimestre

## **CONTENIDOS DISCIPLINARES DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

En esta asignatura hemos aprendido a diseñar diferentes unidades didácticas, englobando desde el marco legislativo hasta las actividades propias de la materia de economía, dando siempre importancia a que dichas actividades despierten el interés y la motivación por la materia, así como que traten contenidos de actualidad para hacer mayor hincapié en la utilidad, la práctica de la materia y su aplicación en el mundo real.

### **DISEÑO DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

La asignatura se centra en la preparación del alumnado para su labor docente en las diversas asignaturas que podremos impartir, para ello hemos tenido que elaborar tanto una programación, como una unidad didáctica, así como diferentes actividades de cada una de las materias (IAEE, FAG, Economía y Economía de Empresa), siendo las mismas motivadoras e innovadoras. De este modo hemos podido abordar los diferentes contenidos de cada una de ellas, así como su grado de conexión.

### **INNOVACIÓN E INVESTIGACIÓN EDUCATIVA EN ECONOMÍA Y EMPRESA**

Esta asignatura está vinculada con la anterior, en concreto se ha basado en la incorporación de métodos innovadores para impartir las diferentes materias, para ello hemos utilizado diferentes herramientas relacionadas con las Tics, como pueden ser crear los contenidos en Classroom, uso de Google Drive, así como diferentes métodos novedosos de evaluación como son las rúbricas.

### **HABILIDADES COMUNICATIVAS PARA DOCENTES (OPTATIVA)**

Esta asignatura nos ha enseñado la importancia de saber transmitir, no solamente es importante el contenido en sí, sino el modo en el que hacemos llegar la información a los alumnos, como captamos su atención, la importancia de organizar el desarrollo de las clases, etc ...

Estos aspectos influyen en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos, gracias a la grabación de una clase, aunque tuvo que ser online, hemos podido analizar todos estos aspectos y hacer una reflexión crítica de los mismos.

### **PRACTICUM II**

La realización del segundo Prácticum se llevó a cabo de un modo totalmente diferente al que estaba previsto, ya que, debido a la incorporación del estado de alarma en el país, las clases presenciales fueron suspendidas y hubo que adaptarlas de manera telemática.

En primer lugar, me puse en contacto con mi tutora para saber cuál era el modo en el que estaba llevando a cabo las sesiones con los diferentes grupos de alumnos con los que



habíamos estado en el primer Prácticum, como he nombrado anteriormente, las diferencias de interés y de motivación eran muy distintas para cada uno de los grupos, algo que se reflejó en el desarrollo de las clases de manera online.

La tutora me asignó el grupo de 1º de FP\_Superior, compuesto por 12 alumnos. Ella desarrollaba sus sesiones a través de Google Classroom, plataforma a la que tuve que subir todos los contenidos y actividades del temario a impartir durante mis prácticas.

Por la casuística en la que nos encontrábamos, y que mi tutora me dio autonomía para desarrollar el temario, decidí no realizar exámenes, sino centrar la realización de las tareas en diferentes actividades en las que se pudiese observar el grado del entendimiento de los conceptos, requiriéndoles trabajos en los que tuviesen que utilizar de manera práctica los conceptos vistos en el temario, siendo necesario el razonamiento, el pensamiento crítico, la selección y ampliación de información... recursos tan nombrados durante el transcurso del Máster.

### **Conclusiones de los periodos de prácticas**

Aunque este segundo cuatrimestre, se desarrollase de manera diferente a la que estamos acostumbrados a impartir/recibir docencia, sin estos periodos de prácticas sería muy complejo hacerse a la idea de cuál es y cómo es el verdadero trabajo del docente.

Para mí ha sido una experiencia muy enriquecedora que ha incrementado mi motivación por el mundo de la educación. Tanto es así, que me parecería muy útil que estos Prácticums durasen más tiempo.

Además, sí tuviésemos la posibilidad de visitar diferentes centros podríamos comprobar cómo diversas diferencias culturales, sociales y económicas, pueden influir en el desarrollo de las clases dentro del aula.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

El tema elegido a desarrollar, es la utilización de herramientas online para impartir docencia, proponiendo diferentes tipos de actividades motivadoras, que puedan aumentar el rendimiento y el interés de los alumnos.

Para ello, se verán diferentes plataformas que podemos utilizar para crear dichas actividades, sin necesidad de realizarlas dentro del aula, incluso pudiendo realizar actividades grupales, y que dichas actividades se desarrollen de manera presencial, en las que ellos, además, vean sus progresos y puedan hacer una reflexión sobre sus conocimientos.

Lo que se pretende con este trabajo es desarrollar actividades mediante la utilización de metodologías activas, basándose en el uso de las TIC's y de este modo crear actividades creativas, motivadoras, que supongan un reto y a su vez despierten el interés por la materia, así como actividades grupales y ver como las nuevas tecnologías pueden romper la barrera entre las metodologías tradicionales y las nuevas metodologías mediante el uso de las TIC's, proporcionando un proceso de enseñanza-aprendizaje igual de efectivo que actividades que se desarrollen dentro de las aulas.

Estamos en una época en la que las tecnologías forman parte de nuestro día a día, por lo que no podemos obviarlas en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y hasta el momento, el uso de las TIC's ha sido muy limitado en la mayoría de las aulas, ya que la utilización de este recurso, se basaba en una mera fuente de información, sin sacar provecho a todas las ventajas que actualmente ofrecen estas herramientas.

Existe un reto en el mundo de la educación, que reside en la incorporación de dichas herramientas como principal recurso educativo dentro de las aulas.

Hay que ser conscientes de que tanto en la actualidad como el futuro son ya una realidad y su utilización es y será cada día mayor, por lo que no podemos dejar de incorporar dicho recurso dentro del proceso de enseñanza en las aulas.

La profesión de docente, por lo tanto, está vinculada a la innovación y formación continua, de modo que permita adaptar los contenidos a los nuevos requerimientos de la sociedad, por eso debemos dejar de lado, no en su totalidad, las metodologías tradicionales que basan la enseñanza en una simple memorización de conceptos para incorporar las nuevas metodologías activas, en las que los alumnos sean partícipes de su propio aprendizaje.

Existen una gran cantidad de docentes expertos en el temario que estamos abordando, que hablan sobre ello y ya han incorporado de manera habitual este nuevo método en sus aulas, algunos ejemplos de ellos son;

- Noelia Tomás Martínez y su afirmación; “Las metodologías activas sirven para

construir un entorno educativo real”. Ella opina que las metodologías activas son el botón que “activa” al alumno y transforman el aprendizaje en una experiencia educativa donde el alumnado adquiere los conocimientos de forma motivada, por la necesidad que se genera y a través del constructivismo. Los alumnos se vuelven más autónomos, emprendedores, cooperativos, prácticos y resolutivos.

Estas estrategias construyen un **entorno educativo real**, en el que los alumnos se desenvuelven a través de su propia iniciativa y en el que su implicación e intereses son los protagonistas imprescindibles. El foco se pone en el **aprendizaje competencial**, que, a su vez, fomenta el aprendizaje significativo y el uso de las herramientas necesarias para desenvolverse en la vida real, es decir, en su entorno social.

- Luis de Mena, y su escrito sobre, “Las metodologías activas suponen aprovechar el capital social para aprender”. Luis considera que los **talleres cooperativos** potencian el razonamiento lógico en la resolución de problemas, hay que utilizar plataformas gamificadas para desarrollar el hábito lector, **rúbricas de coevaluación** para implicar al alumno en la dimensión real del aprendizaje, una liga de debate donde motivar el pensamiento crítico del educando e impulsar la inclusión como una oportunidad para ser más creativos. Luis afirma que “la Educación, sino es inclusiva, no es Educación”. También hace referencia a la importancia que anteriormente nombrábamos de la formación continua del profesorado, cuando afirma, “desarrollar un **plan de formación del profesorado** que pone el acento, no solo en el enriquecimiento del aprendizaje de unos contenidos determinados, sino en el desarrollo personal y emocional de todas las personas implicadas. Empatía, asertividad, escucha activa, memoria, aprendizaje significativo, autoestima y motivación se han convertido en vocabulario básico para el desarrollo de las actividades que programamos en el aula.”

A continuación, se van a desarrollar actividades que combinan la introducción de metodologías activas y la incorporación de herramientas digitales, cuyo objetivo es mejorar o enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje, así como ajustarse a las nuevas necesidades de la sociedad.

## 5. ACTIVIDADES

Para el desarrollo de las diferentes actividades, he adaptado los contenidos que impartí durante las prácticas en el módulo de FP\_Superior a la asignatura de Fundamentos de Administración y Gestión correspondiente a Bachiller.

Dichos contenidos corresponderían a varios apartados del Bloque 5. Gestión comercial y de marketing en la empresa. Este bloque se desarrollaría dentro del segundo cuatrimestre, más concretamente en el Tema 8. Gestión Comercial y de Marketing.

Con las distintas actividades se analiza el proceso de comercialización de los productos y servicios que utilizan diversas empresas, los procesos de comunicación y habilidades sociales en situaciones de atención al cliente, así como diferentes acciones de promoción y publicidad que las empresas pueden llevar a cabo para fidelizar y atraer a clientes potenciales, mediante el uso de aplicaciones en Internet y dispositivos móviles.

### 1. OBJETIVOS

- Adaptar la docencia a un modo no presencial.
- Preparar y diseñar diferentes actividades motivadoras para llevar a cabo la asignatura de manera telemática.
- Proponer alternativas a las metodologías tradicionales para el desarrollo de actividades.
- Aplicar las TICS.
- Utilizar nuevas metodologías en el proceso de enseñanza/aprendizaje.

### 2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación que se pretenden analizar con dicho proyecto son;

Crit. FAG 5.1. Desarrollar la comercialización de los productos o servicios de la empresa y el marketing de los mimos.

Crit. FAG 5.3. Analizar las políticas de marketing aplicadas a la gestión comercial.

### 3. TIPOLOGÍA DE CENTRO

Las actividades se llevaron a cabo en el CPIFP Bajo Aragón de Alcañiz, centro que se sitúa en un área de poblaciones de pequeño y mediano tamaño en la mitad noreste de la provincia de Teruel. Los alumnos proceden básicamente de la Comarca del Bajo Aragón, y también de comarcas vecinas como las de Andorra-Sierra de Arcos, Bajo Martín, Maestrazgo, Matarraña y Bajo Aragón-Caspe. La población en su mayoría es española, seguidamente de población extranjera procedente de Rumania y Marruecos. Contando con alrededor de unos 300 alumnos matriculados durante este curso escolar.

Como notas principales destacan el contexto rural y la dificultad de las comunicaciones, debido a la accidentada orografía.

#### 4. ALUMNADO PARTICIPE

El alumnado participe fue la clase de 1º de FP Superior, correspondiente al módulo de Asistente a la Dirección, compuesta por 12 alumnos. Se tuvieron en cuenta las circunstancias de cada uno de ellos, tanto en cuanto a la adaptación a sus procesos de aprendizaje, como en cuanto a la posibilidad de acceso a los recursos necesarios para desarrollar las actividades.

Con respecto a los medios tecnológicos necesarios para llevar a cabo este tipo de docencia telemática, el centro tuvo que suministrar en algunos casos, ordenadores portátiles y pendrives con gigas para que pudiesen tener acceso a Internet.

Dentro de las aulas convencionales, se observan distintos ritmos de aprendizaje y algunas diferencias socio-culturales, así como diversidad de motivaciones e intereses de los alumnos.

En este sentido, se establecieron una serie de estrategias de atención a la diversidad con una organización de actividades tanto de refuerzo como de ampliación.

- Las actividades de refuerzo son actividades de recuperación.
- Las actividades de ampliación, se realizarán en grupo y habrá una puesta en común, pero en este caso sólo van destinadas a aquellos alumnos que muestren un mayor interés por la materia.

#### 5. RECURSOS NECESARIOS

Al realizar la docencia de manera no presencial, es decir, la docencia se imparte de manera telemática u online, los recursos necesarios con los que deben contar los alumnos para llevar a cabo el desarrollo de las sesiones y actividades son:

- Ordenador
- Acceso a internet

Además, para el desarrollo de determinadas actividades, será necesario que los alumnos cuenten con cuentas en;

- Gmail
- Google Drive – Google Meet o Hangout
- Instagram o cualquier otra Red Social

En cuanto al docente, será necesario que además de contar con los recursos y cuentas con los que debe contar el alumno, también disponga de cuentas en;

- Plataformas para llevar a cabo los videos explicativos como puede ser Loom o Screen Cast.
- Cuenta en YouTube para exportar determinados videos.
- Kahoot
- Google Classroom

## 6. METODOLOGÍA

La metodología didáctica del Bachillerato debe favorecer la capacidad del alumno para aprender por sí mismo y para aplicar los métodos apropiados de investigación y análisis. La sociedad del siglo XXI no requiere la capacidad de acumular gran cantidad de información, sino la capacidad de seleccionarla, comprenderla, organizarla y aplicarla a diferentes contextos. Es aconsejable trabajar sobre situaciones reales, proponer actividades que relacionen el conocimiento con las situaciones de la vida cotidiana en el ámbito empresarial.

Se desarrollarán metodologías activas y contextualizadas que faciliten la participación e implicación del alumnado y la adquisición y uso de conocimientos en situaciones reales, que podrán plasmarse en grupos de trabajo, y para ello se utilizarán herramientas como Google Docs, videoconferencias, Redes Sociales...

## 7. TEMPORALIZACIÓN

Las actividades se desarrollarían a lo largo del último trimestre del curso escolar, más concretamente durante el último mes.

Dichas actividades se encontrarán reflejadas dentro del Tema 8. Gestión Comercial y de Marketing, compuesto por 10 sesiones.

domingo	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
Actividad KAHOOT		Actividad ROLE PLAY		Actividad GOOGLE DOCS		
24	25	26	27	28	29	30
		Actividad VIDEO REDES SOCIALES				

## 8. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A REALIZAR

Para la descripción, criterios de evaluación, estándares, objetivos, etc... como se ha citado anteriormente, las actividades han sido adaptadas al temario de Fundamentos de Administración y Gestión de 2º de Bachillerato.

### Actividad 1. Kahoot

Mediante la utilización de la aplicación Kahoot.ti, los alumnos deberán acceder con el código generado por el docente y contestar un Kahoot de 20 preguntas relacionadas con varios apartados del temario, comprobando de esta manera tanto su lectura como su nivel de comprensión.

Los alumnos que no hayan superado la actividad, es decir, que tengan más de 10 preguntas erróneas, deberán volver a repetir la actividad ya que se trata de una actividad que formará parte de la nota final.

TÍTULO	KAHOOT CALIDAD DEL SERVICIO POSTVENTA
--------	---------------------------------------

UNIDAD DIDÁCTICA	CURSO
TEMA 8. GESTIÓN COMERCIAL Y DE MARKETING	2º BCH
OBJETIVOS	MATERIA

Nº ALUMNOS/GRUPO
12
TEMPORALIZACIÓN

UD		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Obj.FAG.2.</b> Obtener una visión práctica del funcionamiento de una organización. Comprender y manejar las técnicas básicas que se utilizan en las diversas áreas o departamentos en que se estructura.</li> <li>• <b>Obj.FAG.6.</b> Iniciarse en el conocimiento y utilización de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a las funciones de gestión y administración.</li> </ul>	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN	1 SESIÓN

OBJETIVOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CC	ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Crit.FAG.5.1.</b> Desarrollar la comercialización de los productos o servicios de la empresa y el</li> </ul>	CCL-CMCT-CD-CCEC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Est.FAG.5.1.1.</b> Analiza el proceso de comercialización de los productos o servicios de la empresa.</li> </ul>



interlocutor.	marketing de los mismos.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Est.FAG.5.1.3.</b> Aplica procesos de comunicación y habilidades sociales en situaciones de atención al cliente y operaciones comerciales.</li> </ul>
---------------	--------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### RECURSOS DIDÁCTICOS

#### MATERIALES NECESARIOS

#### Docencia impartida telemáticamente;

- Ordenador/Móvil
- Acceso a internet

- Libro de clase para la lectura y comprensión de los apartados correspondientes a la calidad del servicio postventa.

- Actividad colgada en Google Classroom.

- Acceso a la plataforma de Kahoot mediante el link o el código facilitado por el docente.

#### TAREAS Y PROCESOS A REALIZAR POR EL ALUMNO

#### KAHOOT

#### DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD (\*)

- Actividad individual
- Realización de 20 preguntas sobre aspectos relacionados con la calidad del servicio postventa y su gestión.

#### Acceso a Kahoot;

<https://create.kahoot.it/share/tema-8-comunicacion/ce03a5d3-8a40-4371-9d73-59add3171b73>

- Actividad para comprobar la lectura y comprensión de varios de los apartados correspondientes al temario.
- Los resultados se analizarán en función del número de aciertos de cada alumno.

#### OBSERVACIONES/RECOMENDACIONES

Lectura previa de los apartados 2 y 3 del tema 8 correspondientes a la calidad del servicio postventa.

### **Actividad 2. Role Play**

Actualmente contamos con gran variedad de aplicaciones que nos permiten realizar videoconferencias con varias personas simultáneamente, algunas de ellas son Zoom, Google Meet, Hangout o Jitsi, se elegirá una para llevar a cabo un Role - Play en el que interactúen dos alumnos y el resto estén visualizando la conversación.

El Role – Play consistirá en una simulación de un servicio postventa en el que un alumno adoptará el papel de empleado de cierta empresa y el otro alumno actuará como cliente que quiere poner una queja o reclamación sobre un producto adquirido. El profesor se mantendrá de manera pasiva visualizando la simulación/conversación entre los alumnos y añadiendo a su finalización las correcciones, consejos o mejoras correspondientes.

<b>TÍTULO</b>	<b>ROLE PLAY - RECLAMACIÓN CLIENTE</b>
---------------	----------------------------------------

<b>UNIDAD DIDÁCTICA</b>	<b>CURSO</b>	<b>Nº ALUMNOS/GRUPO</b>
TEMA 8. GESTIÓN COMERCIAL Y DE MARKETING	2º BCH	12
<b>OBJETIVOS UD</b>	<b>MATERIA</b>	<b>TEMPORALIZACIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Obj.FAG.2.</b> Obtener una visión práctica del funcionamiento de una organización. Comprender y manejar las técnicas básicas que se utilizan en las diversas áreas o departamentos en que se estructura.</li><li><b>Obj.FAG.6.</b></li></ul>	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN	1 SESIÓN

<p>Iniciarse en el conocimiento y utilización de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a las funciones de gestión y administración.</p>		
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

OBJETIVOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CC	ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>Organizar el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente</li> <li>Realizar comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</li> <li>Aplicar técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.</li> </ul>	<p><b>Crit.FAG.5.1.</b> Desarrollar la comercialización de los productos o servicios de la empresa y el marketing de los mismos.</p>	<p>CCL- CMCT- CD- CCEC</p>	<p><b>Est.FAG.5.1.3.</b> Aplica procesos de comunicación y habilidades sociales en situaciones de atención al cliente y operaciones comerciales.</p>
RECURSOS DIDÁCTICOS	MATERIALES NECESARIOS		
<p><b>Docencia impartida telemáticamente;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Ordenador/Móvil</b></li> <li><b>Acceso a internet</b></li> <li><b>Acceso a Google Meet/Hangout</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Libro de clase para la lectura y comprensión de los apartados correspondientes a la calidad del servicio postventa.</li> <li>Actividad colgada en Google Classroom.</li> </ul>		

<b>TAREAS Y PROCESOS A REALIZAR POR EL ALUMNO</b>	
<b>ROLE PLAY</b>	
<b>DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD</b>	
En grupos de dos personas, realizarán de manera práctica la simulación de una reclamación al servicio postventa de una empresa, adoptando uno de los alumnos el rol de cliente, quien realizará la queja y otro alumno adoptará el rol de empleado del servicio postventa, quien tramitará la gestión de la misma.	Tanto el resto de compañeros como el docente estarán conectados para seguir la actividad y realizar una crítica sobre la misma, a modo de aprendizaje cooperativo.

<b>OBSERVACIONES/RECOMENDACIONES</b>
Los alumnos deberán leer previamente los apartados del temario correspondientes a la tramitación de quejas así como ver algunos ejemplos colgados en Classroom

### **Actividad 3. Análisis de una noticia en grupos. (Google Docs)**

Los alumnos deberán analizar una noticia en este fue como Mapfre adaptó su plan de fidelización a la nueva situación que estamos viviendo del Covid-19. Esta tarea estará colgada en Google Classroom, y para ello deberán realizarla en grupos de 3 personas.

Para su elaboración se utilizará la herramienta de Google, Google Docs, con la que los alumnos pueden trabajar en remoto desde sus hogares, no siendo necesario estar juntos para desarrollar de manera conjunta dicha actividad.

<b>TÍTULO</b>	<b>ANALISIS NOTICIA MAPFRE (ADAPTACIÓN DE SU PLAN DE FIDELIZACION AL COVID-19) - GOOGLE DOCS</b>
---------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>UNIDAD DIDÁCTICA</b>	<b>CURSO</b>
TEMA 8.	2º BCH

<b>Nº ALUMNOS/GRUPO</b>
12

GESTIÓN COMERCIAL Y DE MARKETING	
<b>OBJETIVOS UD</b>	<b>MATERIA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Obj.FAG.2.</b> Obtener una visión práctica del funcionamiento de una organización. Comprender y manejar las técnicas básicas que se utilizan en las diversas áreas o departamentos en que se estructura.</li> <li>• <b>Obj.FAG.6.</b> Iniciarse en el conocimiento y utilización de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a las funciones de gestión y administración.</li> </ul>	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

<b>TEMPORALIZACIÓN</b>
2 SESIONES

OBJETIVOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CC	ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente</li> <li>• Aplicar técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios</li> </ul>	<p><b>Crit.FAG.5.1.</b> Desarrollar la comercialización de los productos o servicios de la empresa y el marketing de los mismos.</p> <p><b>Crit.FAG.5.3.</b> Analizar las políticas de marketing aplicadas a la gestión comercial</p>	CCL- CMCT- CD- CCEC- CD- CIEE	<p><b>Est.FAG.5.1.3.</b> Aplica procesos de comunicación y habilidades sociales en situaciones de atención al cliente y operaciones comerciales.</p> <p><b>Est.FAG.5.3.1.</b> Elabora un plan de medios, donde describe las acciones de promoción y publicidad para atraer a los clientes potenciales, haciendo especial hincapié en las aplicadas en internet y dispositivos móviles. Valora y explica los diferentes canales de distribución y venta que puede utilizar la empresa.</p>
RECURSOS DIDÁCTICOS	MATERIALES NECESARIOS		
<p>Docencia impartida telemáticamente;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordenador</li> <li>• Acceso a internet</li> <li>• Cuenta Gmail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PowerPoint Elaborado por la profesora</li> <li>• Libro de clase como material de apoyo</li> <li>• Microsoft Word/Google Docs donde redactar la actividad</li> <li>• Actividad colgada en Google Classroom</li> </ul>		

<b>TAREAS Y PROCESOS A REALIZAR POR EL ALUMNO</b>	
<p><b>Análisis de una noticia de actualidad, sobre como Mapfre ha adaptado los beneficios de su plan de fidelización para sus clientes a la nueva situación de Covid-19.</b></p>	
<b>DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Actividad Grupal de 4 alumnos, a desarrollar a través de Google Docs.</li> <li>▪ Los alumnos deberán acceder a través de Google Classroom al enlace que les lleva a la noticia del periódico La Expansión, una vez realizada su lectura deberán analizar una serie de preguntas concretas sobre las ventajas de la fidelización de los clientes.  <a href="https://www.expansion.com/empresas/banca/2020/04/06/5e8b0d4ee5fd eaa75f8b45cd.html">https://www.expansion.com/empresas/banca/2020/04/06/5e8b0d4ee5fd eaa75f8b45cd.html</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entrega de trabajo escrito – Portafolio a través de Google Classroom .</li> <li>▪ Si los alumnos tienen dudas al realizar la actividad, podrán contactar a través de email con el profesor, o dejar las dudas para la hora de video llamada programa 1 vez a la semana</li> <li>▪ Calificación utilizando una rúbrica</li> </ul>

	para trabajos escrito, en función de su relación con los objetivos propuestos.
--	--------------------------------------------------------------------------------

OBSERVACIONES/RECOMENDACIONES
Indagar sobre la importancia que supone para las empresas el contar con un buen plan de fidelización para sus clientes.

#### **Actividad 4. Video para colgarlo en Redes Sociales.**

El docente realizará el análisis tanto de la página web que Mapfre utiliza para llevar a cabo su plan de fidelización con sus clientes, como la utilización que Mapfre hace de las redes sociales como instrumento de fidelización, en este caso nos centraremos en Instagram, para ello el docente grabará la pantalla de su ordenador, utilizando la herramienta Screen Cast.

De este modo, se irán visualizando las diferentes páginas y sus contenidos, explicando los que estén relacionados con el temario, ayudándonos tanto de nuestra voz como de un puntero que aparece en la pantalla para ir guiando de un modo más sencillo la visualización de los contenidos.

Una vez analizados dichos instrumentos, los alumnos deberán grabar un video de no más de 1 minuto, ya que es el tiempo máximo que la herramienta Instagram permite reproducir videos en las historias, en el que deberán utilizar una técnica de fidelización como podría ser la realización de un sorteo, promociones, u ofrecer descuentos, y colgarlo en una red social.

TÍTULO	VIDEO SOBRE TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN
--------	--------------------------------------

UNIDAD DIDÁCTICA	CURSO
TEMA 8. GESTIÓN COMERCIAL	2º BCH

Nº ALUMNOS/GRUPO
12



Y DE MARKETING	
<b>OBJETIVOS UD</b>	<b>MATERIA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Obj.FAG.2.</b> Obtener una visión práctica del funcionamiento de una organización. Comprender y manejar las técnicas básicas que se utilizan en las diversas áreas o departamentos en que se estructura.</li> <li>• <b>Obj.FAG.6.</b> Iniciarse en el conocimiento y utilización de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a las funciones de gestión y administración.</li> </ul>	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

<b>TEMPORALIZACIÓN</b>
1 SESIONES

<b>OBJETIVOS</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CC</b>	<b>ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente</li> <li>• Realizar comunicaciones</li> </ul>	<b>Crit.FAG.5.3.</b> Analizar las políticas de	CD-CIEE-CCEC	<b>Est.FAG.5.3.1.</b> Elabora un plan de medios, donde

orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor. <ul style="list-style-type: none"><li>• Aplicar técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.</li></ul>	marketing aplicadas a la gestión comercial.		describe las acciones de promoción y publicidad para atraer a los clientes potenciales, haciendo especial hincapié en las aplicadas en internet y dispositivos móviles. Valora y explica los diferentes canales de distribución y venta que puede utilizar la empresa.
<b>RECURSOS DIDÁCTICOS</b>	<b>MATERIALES NECESARIOS</b>		
Docencia impartida telemáticamente; <ul style="list-style-type: none"><li>• Ordenador/Móvil</li><li>• Acceso a internet</li><li>• Cuenta en una Red Social</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Videos explicativos elaborados por la profesora</li><li>• Libro de clase como material de apoyo</li><li>• Actividad colgada en Google Classroom</li></ul>		
<b>TAREAS Y PROCESOS A REALIZAR POR EL ALUMNO</b>			
<b>Video sobre una técnica de fidelización y como la llevarían a cabo para colgarlo en una Red Social.</b>			
<b>DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD (*)</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Actividad Individual</li><li>▪ Los alumnos deberán grabar un video de no más de un minuto (ya que es el máximo tiempo que las Redes Social permiten publicar Stories), en el que desarrollen una técnica de fidelización para los clientes de una empresa inventada, como podrían ser descuentos, promociones, sorteos...</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Entrega a través de Google Classroom.</li><li>▪ Si los alumnos tienen dudas al realizar la actividad, podrán contactar a través de email con el profesor, o dejar las dudas para la hora de video llamada programa 1 vez a la semana.</li><li>▪ Se evaluará la relación con la terminología del tema concreto a tratar, su comprensión y utilización durante el video.</li><li>▪ Rúbrica de observación como instrumento</li></ul>	

▪ Los alumnos deberán adoptar el rol de un empleado del departamento de marketing de una empresa.	de evaluación.
---------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------

<b>OBSERVACIONES/RECOMENDACIONES</b>
Además de las Stories vistas en los videos grabados por la profesora, indagar sobre otras empresas similares a la que vayan a escoger para la grabación de su video para coger diferentes ideas de cómo utilizar técnicas de fidelización en Redes.

## 6. REFLEXIÓN

Aunque en la actualidad todavía está muy arraigada la metodología tradicional dentro de las aulas, la situación en la que nos encontramos y a la que nos hemos tenido que adaptar sin previo aviso, ha forzado dentro del mundo de la educación la incorporación de nuevas metodologías, basadas en la utilización de las TIC's.

De esta forma, se ha modernizado de algún modo la enseñanza ya que gran parte del profesorado ha tenido que reinventarse, modificar sus programaciones, aprender a utilizar nuevas herramientas, plataformas, recursos, etc... para poder llevar a cabo sus sesiones.

Como ya se ha destacado, la profesión de docente, es una profesión para la que es necesario estar en formación continua e innovando, adaptando los procesos de enseñanza-aprendizaje a las nuevas necesidades o requerimientos de la sociedad, por lo que, de este modo, no podemos dejar de lado todo lo relacionado con el mundo de las TIC's.

Como se puede comprobar en el desarrollo de las diferentes actividades a realizar de manera online en este dossier, también se pueden crear actividades creativas, motivadoras, en grupo, divertidas, que despierten el interés por la materia sin necesidad de llevarlas a cabo dentro del aula.

Para ello, se pueden utilizar tanto temas de actualidad con los que los alumnos vean la utilidad de los conceptos y conocimientos adquiridos, como plataformas de actualidad con las que ellos se vean identificados pudiendo ser las Redes Sociales, de este modo conseguiremos un mayor interés tanto por aprender como por la materia.

En cuanto a las actividades descritas, al tratarse de actividades que realmente se han llevado a cabo en el aula, se puede afirmar que han sido actividades con las que los alumnos se han encontrado muy cómodos a la hora realizarlas, al utilizar medios que ellos están acostumbrados a manejar, como han sido Google Docs o las Redes Sociales.

Sobre Kahoot, es hoy en día un recurso muy extendido entre los docentes por lo que fue una actividad muy sencilla de realizar con los alumnos. Es cierto que hubo varios alumnos en los que se detectó que no habían realizado las instrucciones previas de leer los contenidos del temario, ya que se trataba de preguntas muy sencillas tras una breve lectura del libro que utilizan en el aula.

En cuanto al Role Play, fue una actividad que les motivó mucho, el poder utilizar una herramienta como Google Meet, a la que ellos le han estado dando uso un uso más social durante este periodo de estado de alarma, el incluirla en una de las actividades académicas, fue motivo para despertar su interés por la misma.

La herramienta de Google, Docs, nos ha permitido también trabajar con los alumnos diversas competencias como son el compañerismo, el trabajo en grupo, o el trabajo

cooperativo. Se trata de una herramienta a la que los alumnos ya estaban acostumbrados a manejar, por lo que no han tenido ningún problema para su uso, es cierto que estaban más acostumbrados a utilizarla de un modo más presencial, pero se han adaptado muy rápido a su uso de manera telemática y sin necesidad de estar los compañeros presencialmente.

Por último, en cuanto a la grabación de un video para posteriormente “subirlo” a una Red Social, para la gran mayoría ha sido la actividad que más les ha gustado, ya que se trata de una actividad a la que por su rango de edad están habituados a realizar.

Los jóvenes de hoy en día, a diario o con gran frecuencia suben videos cotidianos a las redes sociales, y en esta actividad lo único que debían hacer era modificar el contenido de los mismos a un contenido relacionado con el temario, sí que es cierto, que se encontraron mayores dificultades en aquellos alumnos de mayor edad.

En conclusión, al adaptar las actividades tanto en tipología, utilizando recursos y plataformas actuales, como en contenidos a los nuevos requerimientos de la sociedad y actuales, han sido acogidas por el alumnado de un modo muy positivo, reflejándose en las entregas que han realizado.

## **7. CONCLUSIÓN Y PROPUESTAS DE FUTURO**

Para comprobar realmente la efectividad de la incorporación de las nuevas metodologías o metodologías activas, sería muy valioso hacer una comparación entre los resultados en el proceso de enseñanza-aprendizaje de años anteriores a la incorporación de este nuevo modelo. Para ello, sería necesario valorar la profundidad de los comentarios de los alumnos, la capacidad de argumentación, sus reflexiones, etc... de varios años y ver de este modo si realmente se está consiguiendo el objetivo de mejorar el proceso de enseñanza.

Lo que hay que tener claro es que el mundo cada vez está más vinculado con la tecnología, ya que su uso no es solamente diario, sino que cada vez está presente en más actividades y rutinas del día a día. Es un aspecto imprescindible que la educación no puede dejar de lado, y por ello debemos adaptar nuestros métodos, nuestros procesos de enseñanza a las nuevas necesidades que van surgiendo en la sociedad.

De este modo estaremos llevando a cabo una educación realmente eficaz, formando a alumnos para las necesidades actuales, considerando un aspecto relevante a la hora de despertar interés y motivación por las diferentes materias, que los alumnos puedan comprobar la utilidad real de lo aprendido.

Gracias tanto a las asignaturas cursadas, como los diferentes Prácticums, he podido comprobar la gran labor que realizan los docentes y su importancia para la formación y decisión del futuro tanto académico como profesional de los alumnos.

En cuanto a mi futuro dentro del mundo académico, gracias a las experiencias vividas a lo largo del Máster, puedo afirmar que es un ámbito en el que me he sentido muy cómoda, y en el que me gustaría seguir aprendiendo, creciendo y aportando mi motivación e interés por la materia.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Caballer Cebolla, F.J. (2020). Diseño, organización y desarrollo de actividades para el aprendizaje de Economía y empresa. Departamento de Dirección y Organización de Empresas. Universidad de Zaragoza, España.

Caballer Cebolla, F.J. (2020). Evaluación e Innovación Docente e Investigación Educativa en Economía y Empresa. Departamento de Dirección y Organización de Empresas. Universidad de Zaragoza, España.

Educación 2.0. (2017). Los usos educativos de las redes sociales en el aula. Recuperado de <https://educacion2.com/redes-sociales-en-el-aula/>

Educargaron, Orden ECD/494/2016, de 26 de mayo, por la que se aprueba el currículo del Bachillerato y se autoriza su aplicación en los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Aragón. Recuperado de <http://www.educaragon.org/FILES/FUNDAMENTOS%20DE%20ADMINISTRACION%20Y%20GESTION.pdf>

UnirRevista. (24 febrero de 2020). ¿Qué son las metodologías activas? Cuatro docentes nos lo explican. Recuperado de <https://www.unir.net/educacion/revista/noticias/que-son-las-metodologias-activas-cuatro-docentes-nos-lo-explican/549204884435/>

Valles Gimenez, Jaime. (2020). Contenidos Disciplinarios de Economía y Administración de Empresas. Departamento Dirección y Organización de Empresas. Universidad de Zaragoza, España.